



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan sifat penelitian deskriptif. Muijs dalam Suharsaputra (2012, p.49) mengatakan penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang dimaksudkan untuk menjelaskan fenomena dengan menggunakan data-data numerik, kemudian dianalisis yang umumnya menggunakan statistik.

Penelitian kuantitatif hanya menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan sehingga tidak terlalu mementingkan unsur keluasan data dan hasil riset dianggap sebagai representasi dari seluruh populasi. (Kriyantono, 2014, p.55)

Sifat penelitian deskriptif menurut Suharsaputra (2012, p.42) merupakan penelitian yang secara sederhana menjelaskan fenomena yang ada dengan menggunakan angka untuk mengelompokkan suatu individu atau kelompok tertentu.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Setiawan, Muntaha, Sriati, & Bintarti (2014) penelitian survei merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui tanggapan dari orang atau kelompok

tertentu di masyarakat yang dicari lewat kuesioner, wawancara atau observasi yang melibatkan sejumlah orang atau responden. Kemudian, data-data yang diperoleh akan diolah dengan menggunakan perhitungan statistik.

Penyusunan survei juga didasarkan pada indikator dari faktor-faktor yang diteliti dalam penelitian ini meliputi kriteria-kriteria yang menjadi tolok ukur khalayak dalam menilai kualitas berita media *online*. Kriteria kualitas berita menurut khalayak tersebut diukur dengan menggunakan skala Likert. Kriyantono (2014, p.138) mengatakan skala Likert dapat mengukur sikap seseorang terhadap suatu objek sikap yang ditentukan secara spesifik dan sistematis.

Para responden diminta untuk survei berupa pernyataan atau pertanyaan dengan jawaban berupa pilihan dukungan atau pernyataan: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS) atau pernyataan yang disesuaikan dengan indikator penelitian.

Namun, Kriyantono (2014, p.139) menjelaskan bahwa disediakannya jawaban di tengah-tengah seperti jawaban Netral (N) akan mengakibatkan responden yang ragu-ragu cenderung memilih jawaban tersebut. Hal tersebut juga dapat menimbulkan kesalahpahaman persepsi sehingga item pilihan jawaban survei disederhanakan menjadi empat pilihan pernyataan dengan menghilangkan pilihan pernyataan netral.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Sugiyono dalam Kriyantono (2014, p.153) menyebutkan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan kemudian ditarik sebuah kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini mengacu kepada batasan total semua nilai yang mungkin, baik hasil menghitung maupun pengurangan, kuantitatif dari karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap dan jelas.

Pemilihan populasi penelitian ini didasarkan oleh data dari berbagai sumber. Dari segi demografis, menurut Adzkia (2019) dalam data pembaca media *online* 2017 mengatakan pembaca media *online* di Indonesia tertinggi ketiga merupakan provinsi DKI Jakarta sebanyak 73,5% dari total pengguna internet. Urutan pertama pembaca media *online* terbanyak merupakan provinsi Bali dengan 74,1% dan kedua terbanyak merupakan provinsi Bangka Belitung dengan 73,7% dari total pengguna internet. Namun karena tingkat penetrasi penggunaan internet didominasi oleh provinsi DKI Jakarta sebanyak 60,65%, maka terpilihlah khalayak DKI Jakarta sebagai populasi pada penelitian ini.

Dalam segi pendidikan, Adzkia (2019) mengatakan khalayak media *online* yang sedang menempuh pendidikan Sarjana menempati urutan kedua terbesar yaitu 19,01% dari total pengguna internet dan pada urutan pertama terbanyak merupakan khalayak yang tidak sedang bersekolah sebanyak

60,79%. Namun, agar sesuai dengan populasi penelitian terdahulu Sundar (1999) yang merupakan mahasiswa, maka penelitian ini memilih mahasiswa sebagai objek yang akan diteliti.

Peneliti juga akan meneliti mahasiswa aktif ilmu komunikasi dengan mahasiswa nonilmu komunikasi untuk mengisi kekurangan penelitian terdahulu oleh Sundar (1999, p.383) yang mengatakan bahwa penelitiannya dirasa tidak menyeluruh karena hanya meneliti mahasiswa ilmu komunikasi saja. Selain itu, mahasiswa ilmu komunikasi dianggap memiliki ilmu dalam mengevaluasi pesan atau berita jika dibandingkan dengan mahasiswa nonilmu komunikasi.

Dengan demikian secara spesifik populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa-mahasiswi aktif perguruan tinggi yang menempuh fakultas ilmu komunikasi dan nonilmu komunikasi dari universitas di DKI Jakarta. Menurut situs Pangkal Data Pendidikan Tinggi (PDDIKTI) tertera jumlah mahasiswa aktif berjumlah 507.600 mahasiswa.

3.3.2 Sampel

Menurut Kriyantono (2014, p.153), dari keseluruhan populasi cukup sebagian saja yang dijadikan sampel dengan syarat sampel harus memenuhi unsur representatif atau mewakili dari seluruh sifat-sifat populasi yang diteliti. Dalam penelitian kuantitatif, representatif sampel sangat diperlukan karena riset kuantitatif bersifat dapat digeneralisasikan.

Pemilihan sampel dalam riset ini menggunakan teknik sampling non probabilitas, dimana tidak semua individu memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel. Jenis dari teknik sampling non probabilitas yang digunakan merupakan purposive sampling yaitu menentukan sampel dengan pertimbangan atau syarat tertentu yaitu mahasiswa aktif dari program studi ilmu komunikasi dan nonilmu komunikasi. Konsekuensi dari teknik sampling semacam ini adalah hasil penelitian tidak dapat diterapkan pada konteks yang berbeda dan tidak dapat digeneralisasikan pada populasinya.

Untuk menentukan besar jumlah sampel, rumus yang digunakan adalah rumus Slovin dengan batas toleransi kesalahan yang digunakan sebesar 5%.

Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{507.600}{1 + 507.600(0,05)^2}$$

$$n = \frac{507.600}{1.269,0025}$$

$$n = 399.9 \sim 400$$

Keterangan:

N = jumlah populasi

n = jumlah sampel

e = nilai kritis (batas toleransi kesalahan)

Dari penghitungan di atas, didapatkan jumlah sampel sebanyak 400 mahasiswa berdomisili di DKI Jakarta yang dibagi menjadi 200 mahasiswa yang menempuh program studi ilmu komunikasi dan 200 mahasiswa yang menempuh program studi nonilmu komunikasi.

3.4 Operasionalisasi Variabel/Kategorisasi

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Konsep	Dimensi	Indikator	Item
kualitas berita media online	<i>credibility</i> (kredibilitas berita)	<i>accurate</i> (akurat)	1 & 2
		<i>believable</i> (terpercaya)	3
		<i>biased</i> (bias)	4 & 5
		<i>fair</i> (adil)	6 & 7
		<i>objective</i> (objektif)	8 & 9
	<i>liking</i> (kesukaan terhadap berita)	<i>boring</i> (membosankan)	10 & 11
		<i>disturbing</i> (mengganggu)	12
		<i>enjoyable</i> (menyenangkan)	13
		<i>interesting</i> (menarik)	14 & 15
		<i>lively</i> (menyemangati)	16
		<i>pleasing</i> (memuaskan)	17 & 18
		<i>sensationalistic</i> (sensasional)	19 & 20
	<i>quality</i> (kualitas teknis berita)	<i>clear</i> (jelas)	21 & 22
		<i>coherence</i> (berhubungan)	23
		<i>concise</i> (singkat)	24 & 25
		<i>comprehensive</i> (komprehensif)	26 & 27
		<i>well-written</i> (ditulis dengan baik)	28 & 29
		<i>informative</i> (informatif)	30 & 31
	<i>representativeness</i> (keterwakilan khalayak terhadap berita)	<i>important</i> (penting)	32 & 33
		<i>relevance</i> (relevansi)	34 & 35
		<i>timely</i> (tepat waktu)	36 & 37

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner yang akan didistribusikan kepada sampel yang dipilih lewat kuesioner *online* dalam bentuk Google Form. Kuesioner tersebut berupa kuesioner tertutup dan responden telah diberikan alternatif jawaban oleh peneliti. Responden tinggal memilih jawaban yang menurutnya sesuai dengan realitas yang dialaminya (Kriyantono, 2014, p. 98). Pengumpulan data lewat kuesioner *online* ini mencakup responden yaitu mahasiswa ilmu komunikasi ataupun nonilmu komunikasi dari universitas di DKI Jakarta.

Kuesioner tersebut menggunakan skala pengukuran ordinal yang mengkategorikan variabel dalam ranking. Data ordinal diukur menggunakan skala likert untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi seseorang tentang suatu objek sikap dalam empat alternatif jawaban yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS).

3.6 Teknik Pengukuran Data

Teknik pengukuran data dalam penelitian ini diperlukan agar sesuai dengan tujuan riset dan agar data yang terkumpul valid. Untuk menguji item-item dalam kuesioner tersebut valid dan reliabel, dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas sebagai berikut:

3.6.1 Uji Validitas

Validitas digunakan untuk menyatakan sejauh mana instrumen penelitian dapat mengukur subjek penelitian yang ingin diukur agar data

yang dikumpulkan dapat sesuai dengan tujuan penelitian seperti dikutip (Kriyantono, 2014). Penelitian kriteria kualitas berita media *online* menurut khalayak ini menyesuaikan dengan dimensi dan indikator yang diperoleh dari penelitian Shyam Sundar (1999). Peneliti mengolah data yang diperoleh menggunakan SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) yang merupakan perangkat lunak untuk mengolah data statistik.

Uji validitas dilakukan kepada total 42 responden yang kemudian diolah datanya, dengan membandingkan nilai *r* hitung dengan *r* tabel. *R* tabel diperoleh dengan menggunakan rumus:

$$Df = n - 2$$

$$Df = 42 - 2 = 40$$

Df = derajat kebebasan n = jumlah item

Setelah ditemukan nilai *df* atau *N* adalah 40 dengan taraf signifikansi 5%, kemudian dilihat di Tabel Product Moment dapat diperoleh nilai *r* tabel sebesar 0,304. Apabila nilai *r* hitung lebih besar dari nilai *r* tabel, item dapat dikatakan valid, tetapi apabila nilai *r* hitung lebih kecil dari nilai *r* tabel, item dikatakan tidak valid. Dari data yang diperoleh, hasil menunjukkan 37 dari 42 item kuesioner valid.

Tabel 3.2 Uji Validitas Kriteria Kualitas Berita Media *Online*
Menurut Khalayak

No	Butir pernyataan	R Hitung	R Tabel	Simpulan
Dimensi Kredibilitas Media <i>Online</i> (5 indikator)				
1.	Berita yang kredibel adalah berita yang sesuai dengan fakta tanpa dibuat-buat atau dilebih-lebihkan	0,427	0,304	Valid
2.	Berita yang kredibel adalah berita yang memberikan data sesuai dengan yang terjadi di lapangan	0,348	0,304	Valid
3.	Reputasi media <i>online</i> menentukan kredibilitas berita	0,288	0,304	Tidak Valid
4.	Sumber berita menentukan kredibilitas berita	0,698	0,304	Valid
5.	Berita yang kredibel adalah berita yang menggunakan fakta sebagai sumber berita	0,380	0,304	Valid
6.	Berita yang kredibel adalah berita yang tidak memutarbalikkan fakta yang ada	0,395	0,304	Valid
7.	Berita yang kredibel adalah berita yang tidak memihak salah satu pihak	0,590	0,304	Valid
8.	Berita yang kredibel adalah berita yang memaparkan langsung sudut pandang kedua pihak	0,456	0,304	Valid
9.	Berita yang kredibel adalah berita yang tidak dipengaruhi oleh opini jurnalisnya	0,637	0,304	Valid
10.	Berita yang kredibel adalah berita yang tidak dipengaruhi oleh kepentingan politik	0,675	0,304	Valid
Dimensi Kesukaan Terhadap Berita (7 indikator)				
11.	Saya merasa bosan jika berita menggunakan bahasa yang baku	0,347	0,304	Valid

12.	Saya merasa bosan dengan berita yang terlalu panjang	0,305	0,304	Valid
13.	Saya merasa terganggu dengan berita yang memperlihatkan konten sensitif (contohnya berita kriminalitas)	0,199	0,304	Tidak Valid
14.	Saya merasa terganggu dengan berita dengan judul yang <i>clickbait</i> (berita dengan judul yang tidak relevan dengan isi berita)	0,424	0,304	Valid
15.	Gaya penulisan berita memengaruhi kenyamanan saya dalam membaca berita	0,287	0,304	Tidak Valid
16.	Saya lebih merasa nyaman membaca berita dengan bahasa yang sederhana	0,448	0,304	Valid
17.	Saya merasa berita dengan ilustrasi membuat berita menjadi menarik dan mudah dipahami	0,485	0,304	Valid
18.	Saya merasa berita dengan tampilan infografis membuat berita menjadi lebih menarik dan mudah dipahami	0,334	0,304	Valid
19.	Saya lebih menyukai berita yang memiliki banyak foto-foto pendukung yang relevan	0,365	0,304	Valid
20.	Seringkali saya dapat membayangkan kejadian dalam berita yang ditulis secara detail	0,265	0,304	Tidak Valid
21.	Berita yang membahas suatu kemajuan atau perubahan membuat saya merasa senang (contohnya seperti pembangunan infrastruktur, penemuan teknologi baru, atau pencapaian negara)	0,412	0,304	Valid
22.	Saya merasa senang jika membaca berita yang memberikan pengetahuan baru atau informasi penting	0,559	0,304	Valid
23.	Saya sangat tertarik pada berita yang kontroversial	0,459	0,304	Valid
24.	Berita yang sensasional dapat menggugah emosi saya	0,480	0,304	Valid

Dimensi Kualitas Teknis Berita (6 indikator)				
25.	Berita yang berkualitas adalah berita yang lengkap dan memiliki unsur 5W+1H (apa, dimana, kapan, siapa, kenapa, dan bagaimana)	0,458	0,304	Valid
26.	Berita yang berkualitas adalah berita yang memiliki judul yang dapat menggambarkan isi berita	0,565	0,304	Valid
27.	Berita yang berkualitas memiliki alur yang runtut	0,473	0,304	Valid
28.	Berita yang berkualitas memiliki alur yang berhubungan antar paragraf	0,280	0,304	Tidak Valid
29.	Berita yang berkualitas adalah berita yang penulisannya singkat, lengkap, dan jelas	0,609	0,304	Valid
30.	Berita yang berkualitas adalah berita yang mengulas topik secara mendalam	0,771	0,304	Valid
31.	Berita yang berkualitas adalah berita yang membahas berita dari berbagai sisi	0,550	0,304	Valid
32.	Berita yang berkualitas adalah berita yang membahas sebuah topik secara menyeluruh	0,471	0,304	Valid
33.	Berita yang berkualitas adalah berita yang mudah dimengerti oleh seluruh khalayak	0,594	0,304	Valid
34.	Berita yang berkualitas adalah berita yang menggunakan bahasa yang sederhana	0,407	0,304	Valid
35.	Berita yang berkualitas adalah berita yang memberikan pengetahuan baru bagi khalayaknya	0,593	0,304	Valid
36.	Berita yang berkualitas adalah berita yang memberikan informasi terkini bagi khalayaknya	0,596	0,304	Valid
Dimensi Keterwakilan Khalayak Terhadap Berita (3 indikator)				
37.	Berita yang berkualitas memiliki pengaruh langsung bagi khalayaknya	0,586	0,304	Valid

38.	Berita yang berkualitas adalah berita yang penting untuk diketahui khalayak	0,573	0,304	Valid
39.	Berita yang berkualitas merupakan berita yang menyangkut kepentingan banyak orang	0,650	0,304	Valid
40.	Salah satu ciri berita yang berkualitas merupakan berita yang memiliki keterkaitan dengan daerah sekitar khalayaknya	0,495	0,304	Valid
41.	Berita yang berkualitas adalah berita yang segera tayang sesaat setelah kejadian berlangsung	0,502	0,304	Valid
42.	Berita yang berkualitas adalah berita yang masih relevan untuk dibahas di waktu saat ini	0,625	0,304	Valid

Sumber: diolah oleh peneliti

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana sebuah alat ukur dinyatakan stabil (tidak berubah-ubah), dapat diandalkan (*dependable*) dan tetap (konsisten) (Kriyantono, 2014, p.145). Dalam menentukan hal tersebut, reliabilitas diuji dengan metode Cronbach Alpha. Setelah dilakukan uji pilot terhadap 42 responden dan diolah menggunakan SPSS, hasil menunjukkan Cronbach Alpha 0.925.

Tabel 3.3 Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	Chronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,740	0,925	43

3.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis statistik kuantitatif deskriptif. Analisis data yang digunakan merupakan analisis univariat atau analisis terhadap satu variabel. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kriteria kualitas berita media *online* menurut khalayak.

Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan teknik distribusi frekuensi yang digunakan pada jawaban dengan skala nominal untuk mengklasifikasi atau mengkategorisasi seperti jenis kelamin, program studi dan domisili, serta skala rasio untuk usia dan frekuensi membaca berita di media *online*.

Kemudian, untuk mengetahui kriteria kualitas berita berdasarkan indikator-indikator yang telah dijabarkan, dilakukan scoring jawaban dengan menggunakan skala pengukuran ordinal. Kriyantono (2014, p.137) menyebutkan skala ordinal dinilai berdasarkan ranking atau urutan dari jenjang yang paling tinggi ke rendah atau sebaliknya. Data ordinal tersebut diukur dalam skala Likert dengan cara pemberian penilaian atau skor dalam empat alternatif jawaban. Setiap alternatif jawaban diberi skor dari setiap item pertanyaan sebagai berikut: skor 4 untuk jawaban sangat setuju atau sangat sesuai, skor 3 untuk jawaban setuju atau sesuai, skor 2 untuk jawaban tidak setuju atau tidak sesuai, dan skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju atau sangat tidak sesuai.

Jumlah skor jawaban dihitung berdasarkan rata-rata atau *mean* jawaban dengan rumus:

Skor tertinggi = 4

Skor terendah = 1

$$\text{Jarak interval } (i) = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{jumlah kelas interval}}$$

$$i = \frac{4-1}{3} = 1$$

Tabel 3.4 Klasifikasi Nilai Rata-Rata

Nilai Rata-rata	Keterangan
1,00 s/d 2,00	Tidak Disetujui
>2,00 s/d 3,00	Kurang Disetujui
>3,00 s/d 4,00	Disetujui

Kemudian, tersebut dianalisis menggunakan analisis faktor sebagai hasil pembandingan sesuai dengan analisis pada penelitian Sundar (1999). Analisis faktor berfungsi untuk mencari faktor-faktor yang saling memiliki korelasi atau hubungan antara indikator-indikator yang diteliti.

Analisis data dilanjutkan dengan hipotesis komparatif menggunakan uji beda independent t-test untuk mengetahui apakah ada perbedaan tingkat penilaian kriteria kualitas berita media *online* antara mahasiswa ilmu komunikasi dan mahasiswa nonilmu komunikasi. Uji beda independen t-test dalam penelitian ini termasuk dalam hipotesis komparatif dua sampel.